

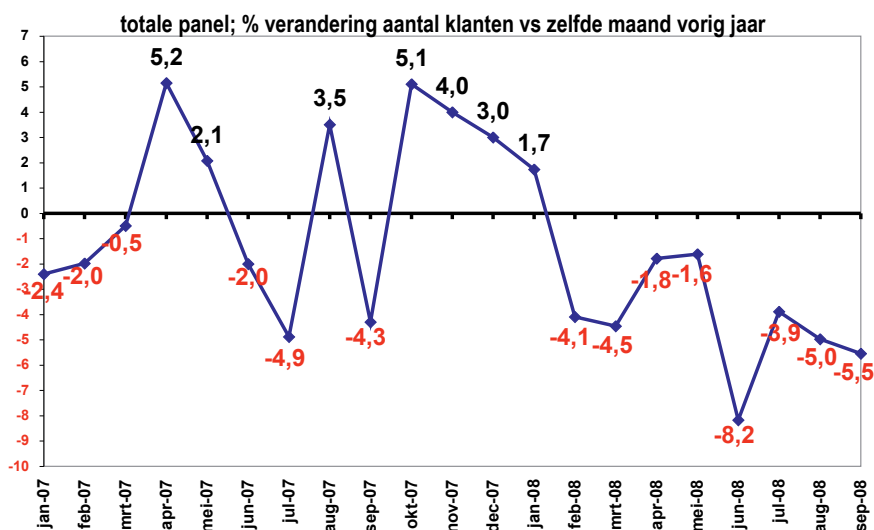
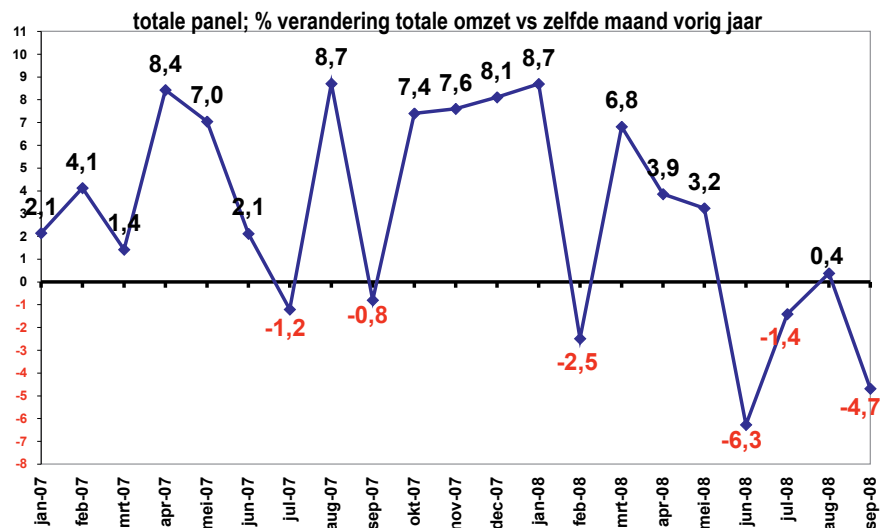


Bedrijf onder de loep

Deze keer besteedt René Salimans aandacht aan de gegevens van zijn complete panel; inmiddels meer dan 100 zelfstandigen. Door de groei van het panel kunnen nu ook twee subpanels worden gevormd, met winkels die een andere positionering hebben. Klassieke drogisten zonder parfumerieafdeling versus 'combizaken' met een parfumerie die ook deitaire merken mag voeren. Beide subpanels bestaan uit ongeveer 15 zaken. De uitkomsten zijn dus nog niet volledig representatief, maar met in beide groepen de aankopen van bijna 1 miljoen kopers per jaar leidt het toch tot interessante observaties!

Omzet

De trend die hier zichtbaar is kan als zeer zorgwekkend worden omschreven. De groei van de omzet ligt in 2008 aanzienlijk lager dan in 2007. Vorige jaar scoorden slechts twee maanden een min. Dit jaar laten vier van de negen maanden een daling van de omzet zien en het venijn zit in de staart. Eind 2007 lag de groei van de omzet in het panel nog op 4,6%. Daarmee toen dus een aanzienlijk hogere score dan het totaal van alle ruim 3000 drogisterijen dat toen op +1,1% uitkwam. Nu na negen maanden in 2008 is de groei nog slechts 1,4% en dat is nog maar 0,3% meer dan het totaal van de sector. Te vrezen valt dat de vele kleinere zelfstandigen nog veel meer te lijden hebben!

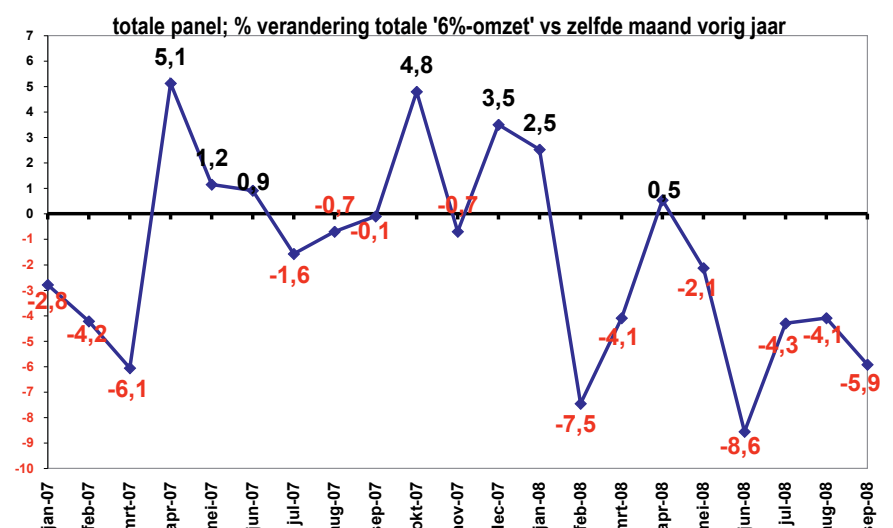


Klanten

De trend van het aantal klanten is zeer ernstig. In het jaar 2007 was er nog net een aanwas van 0,5%, maar u kunt zien dat zes van de twaalf maanden ook toen reeds in de min zaten. In 2008 tot nu toe zitten acht van de negen maanden in de min. De score dit jaar ligt momenteel op -3,5%! In het vorige plaatje kwamen we tot de conclusie dat de omzet wel nog 1,4% hoger zat, dus de groei van de Opbrengst Per Klant brengt redding. In 2007 lag deze 52 eurocent hoger dan heel 2006. De eerste negen maanden van dit jaar is dit 64 eurocent versus de eerste negen maanden van 2007.

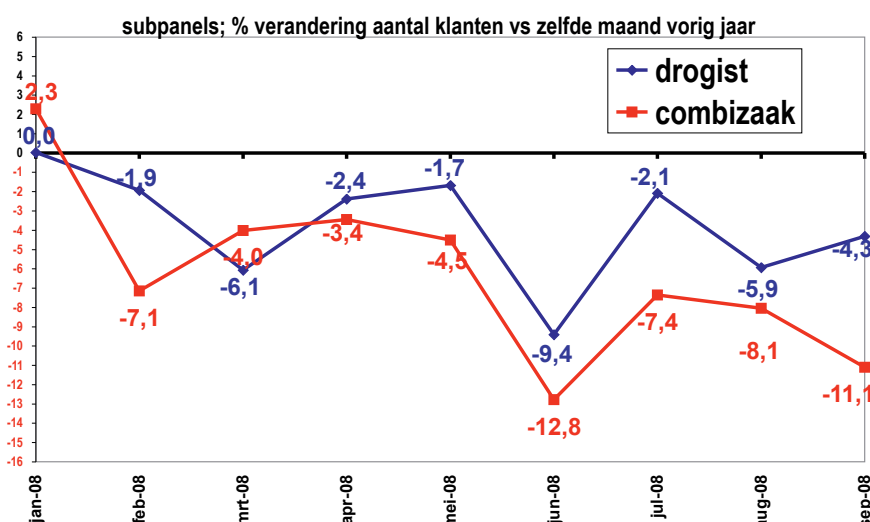
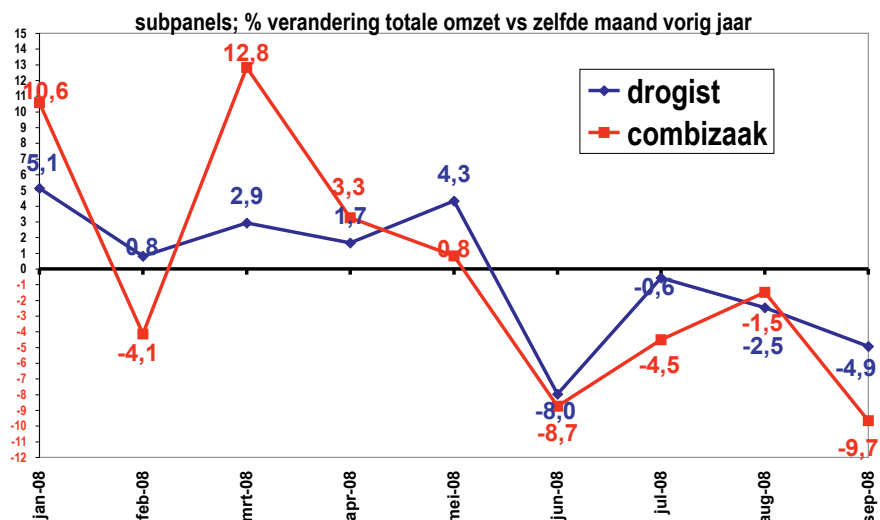
6% omzet

De 6%-omzet vertoont ook een desastreuze daling. Ik zie dit met name als een indicatie voor wat gebeurt met de zelfzorg-omzet, want dat is het grootste deel van deze BTW-groep. Ter herinnering: in de herfst van 2007 waren PLUS en C1000 de eerste twee supermarktketens die AV-producten opnamen in hun assortiment en die dat ook gingen folderen. In 2007 daalde de omzet van de 6%-groep reeds met 0,2%. U kunt zien dat toen zeven van de twaalf maanden in de rode cijfers zaten. Na negen maanden 2008 zitten we op een daling van 3,5% en dit jaar staan reeds zeven van de negen maanden rood, waarvan in meerderheid diep rood!



Subpanels totale omzet

Zoals nader omschreven in de inleiding worden hier de indicatieve scores dit jaar getoond van twee subpanels. De gemiddelde drogist in dit subpanel heeft per jaar ruim 8 ton omzet inclusief BTW; de combizaak 1,4 miljoen. De omzet verslechtert de laatste maanden bij beide. Per saldo ontlopen de scores elkaar niet veel. In de eerste negen maanden is er nog 0,3% omzetgroei bij de drogist en 0,6% bij de combizaak. In de komende twee plaatjes zal duidelijk worden dat de combizaak meer daalt in het aantal betalende klanten en in de 6%-omzet. Het feit dat men toch 0,3% meer groei in totaliteit laat zien dan de drogist komt dus door een veel hogere groei van de OPK. Bij de drogist gaat deze van € 11,45 in 2007 naar € 11,93 de eerste negen maanden van dit jaar. Bij de combizaak gaat deze van € 17,50 naar € 18,70. Een groei met meer dan een euro, hetgeen komt door het grote belang in de 19%-omzet en dan met name middels depositair.



Subpanels evolutie aantal klanten

Voor wat betreft het aantal klanten valt op dat de daling bij de combizaken groter is dan bij de drogist. Per jaar ontloopt het aantal klanten elkaar niet veel: bijna 70.000 voor de drogist en bijna 75.000 voor de combizaak. Per saldo daalt dit jaar tot nu toe het aantal klanten in dit subpanel bij de drogist met 3,8% en bij de combizaak met 5,8%. Voor beiden geldt dat de scores de laatste maanden het meest bedroevend zijn! Heel voorzichtig suggereer ik dat de combizaak wel eens van twee kanten zou kunnen worden gebeten. Voor AV-geneesmiddelen lekt nu meer volume weg naar de supermarkt. Gelukkig blijven de meeste klanten hiervoor naar de drogisterij gaan; maar wellicht kiest men nu wat sneller voor de drogist die meer de specialisering uitstraalt en vaak ook dichtbij ligt? Langs de andere kant komen er steeds meer parfumeriespecialzaken en die pikken wellicht omzet af van de combizaak?

Subpanels 6% omzet

Ten slotte de trend in de groep van de 6%-omzet. Net als bij het aantal klanten scoort ook hier de combizaak veel slechter dan de drogist. Voor de drogist is de score momenteel -2,2% en voor de combizaak zelfs -6,0% lager dan in 2007! Een combizaak doet € 228.000 aan 6%-omzet en de drogist € 243.000. Een zeer boeiende conclusie daar waar we eerder hebben gezien dat de drogist totaal 8 ton per jaar doet en de combizaak 1,4 miljoen. Dit betekent dus dat bij de drogist het aandeel van de 6%-omzet in de totale omzet 29,4% is. Voor de combizaak ligt dit getal op 16,3%. Men zou kunnen zeggen dat slechts 29,4% aandeel voor 6%-groep laag is voor een drogist, maar we begonnen met de conclusie dat het een panel is van met name grotere winkels. Die hebben dus ook veel 'traffic' voor 'mass'!

